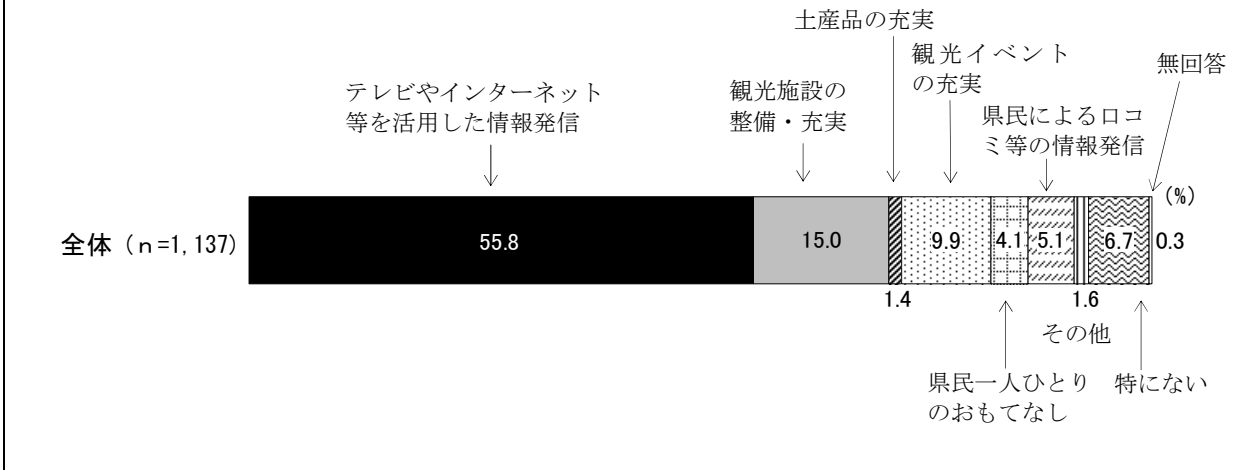


X 県民の観光に対する意識

1. 多くの観光客を誘致するための取り組み

—「テレビやインターネット等を活用した情報発信」が5割台半ば—

問22 本県観光は、まだ風評被害の影響が色濃く残っておりますが、風評被害を払拭し、本県に多くの観光客を誘致するためには、どのような取り組みが大事だと思いますか。次の中から最もあてはまるものを1つだけ選んでください。



多くの観光客を誘致するために大事だと思う取り組みとしては、「テレビやインターネット等を活用した情報発信」(55.8%)が5割台半ばと最も高く、次いで「観光施設の整備・充実」(15.0%)が1割台半ばとなっている。

—「テレビやインターネット等を活用した情報発信」は女性の50代と60代で6割台—

地域別でみると、「テレビやインターネット等を活用した情報発信」は、鹿行(48.1%)以外のすべての地域で5割後半となっている。

市郡別でみると、「テレビやインターネット等を活用した情報発信」は、人口5万人以上の市(62.8%)と郡部(61.5%)で6割を超えて高くなっている。

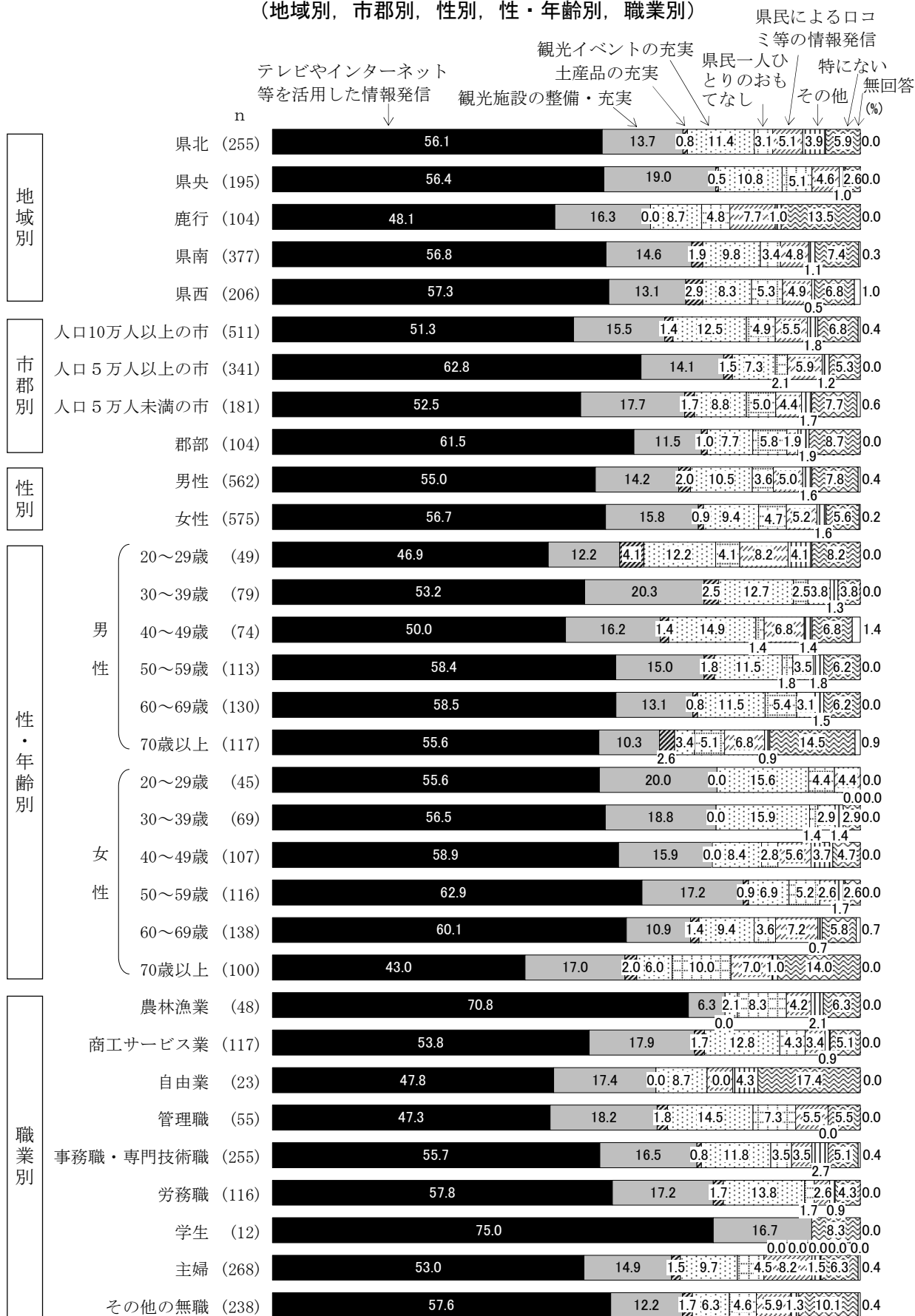
性別では、特に大きな差はみられない。

性・年齢別でみると、「テレビやインターネット等を活用した情報発信」は、男性では20代(46.9%)以外のすべての年齢層で5割台となっており、女性では50代(62.9%)と60代(60.1%)で6割台と高くなっている。

職業別でみると、「テレビやインターネット等を活用した情報発信」は、農林漁業(70.8%)で約7割と最も高くなっている。

図X 22-1 多くの観光客を誘致するための取り組み

(地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別)

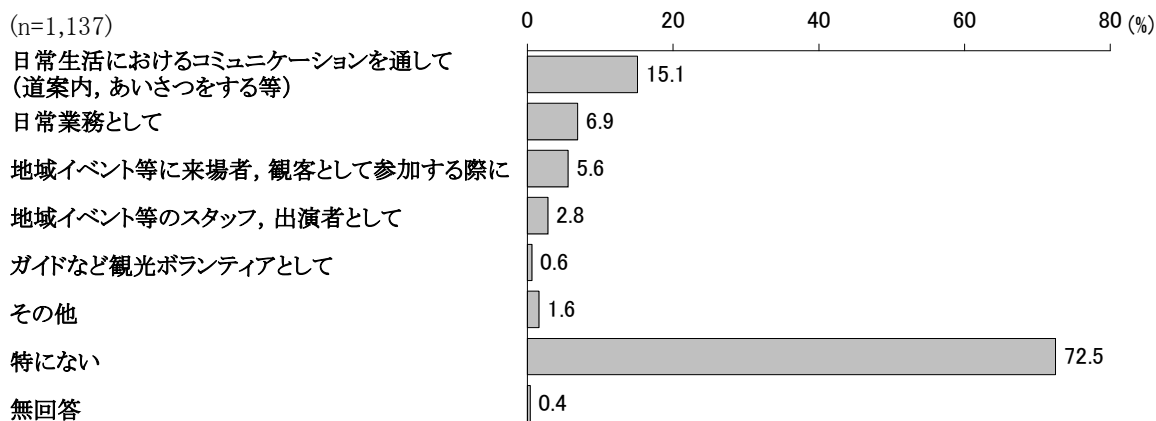


(注) 自由業及び学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

2. 観光客や他地域からの来訪者と接点をもつ場面

— 「特にない」が7割を超えている—

問23 あなたは、現在、観光客や他地域からの来訪者と直接、言葉をかわしたり、接点をもつことがありますか。それは、主にどのような場面ですか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。



観光客や他地域からの来訪者と接点をもつ場面としては、「特にない」(72.5%)が7割を超えて最も高くなっている。一方、接点をもつ主な場面の中では、「日常生活におけるコミュニケーションを通して(道案内, あいさつをする等)」(15.1%)が1割台半ばとなっている。

— 「日常生活におけるコミュニケーションを通して(道案内, あいさつをする等)」は男性の70歳以上で2割台半ば—

地域別でみると、すべての地域で「特にない」に比率が集中しているが、接点をもつ主な場面の中では、「日常生活におけるコミュニケーションを通して(道案内, あいさつをする等)」は、県央(22.6%)で2割を超えている。

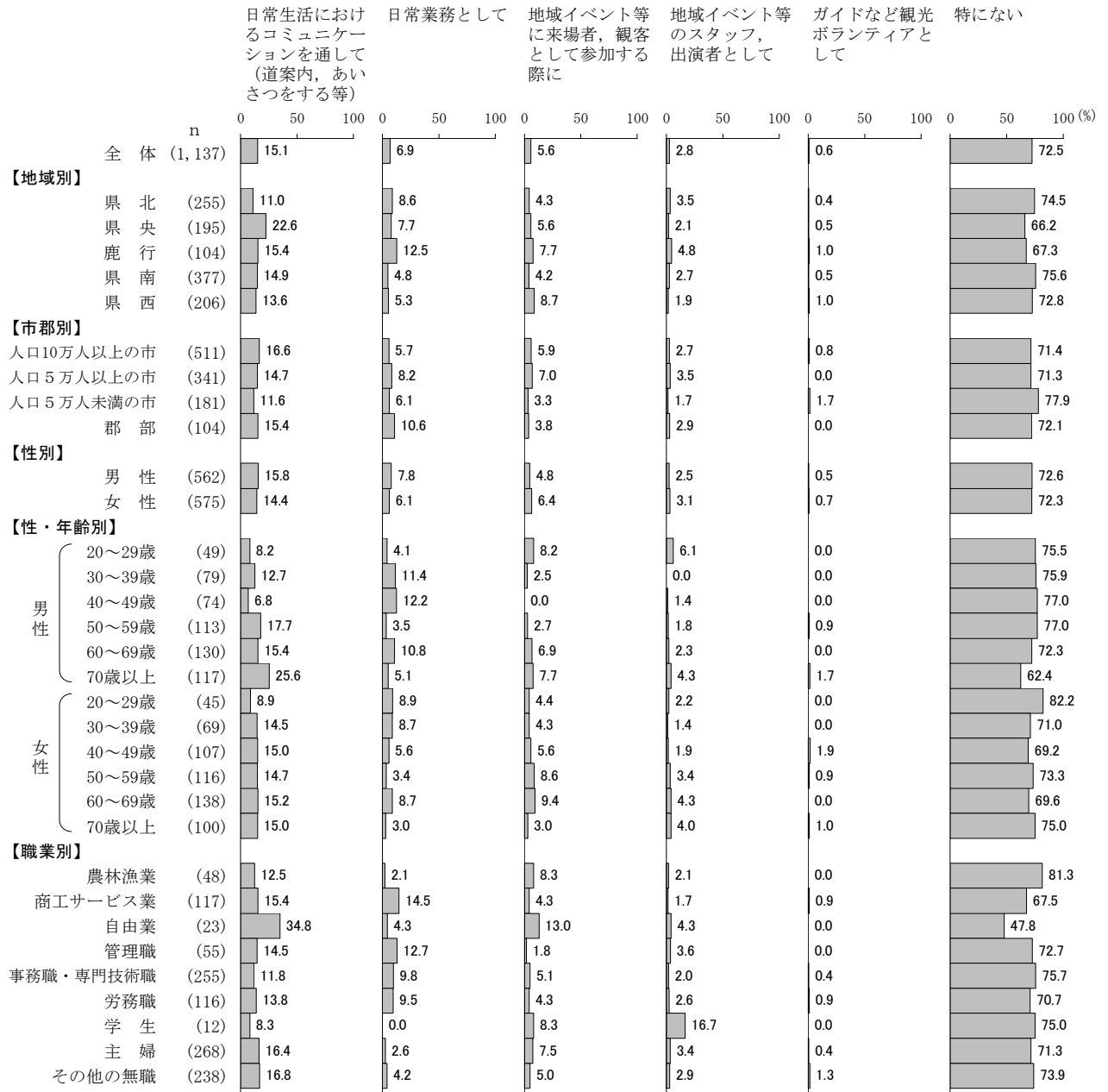
市郡別でみると、すべての層で「特にない」に比率が集中しており、接点をもつ主な場面での特に大きな差はみられない。

性別では、特に大きな差はみられない。

性・年齢別でみると、男女ともにすべての年齢で「特にない」に比率が集中しているが、接点をもつ主な場面の中では、「日常生活におけるコミュニケーションを通して(道案内, あいさつをする等)」は、男性の70歳以上(25.6%)で2割台半ばと高くなっている。

職業別でみると、すべての職業で「特にない」に比率が集中しており、接点をもつ主な場面での特に大きな差はみられない。

図X 23-1 観光客や他地域からの来訪者と接点をもつ場面
(地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別)



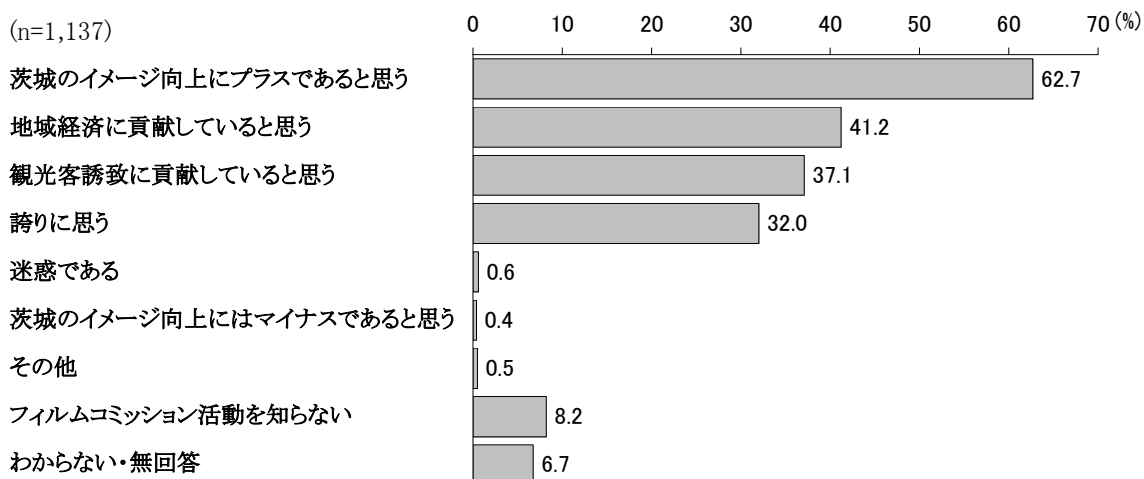
(注) 自由業及び学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

3. 映画やテレビドラマ等のロケーション誘致に関する印象

—「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」が6割を超えている—

問24 県では、いばらきのイメージアップや観光など交流の促進を図り、魅力ある地域づくりにつなげていくため、「いばらきフィルムコミッション」を設立し、映画やテレビドラマ等のロケーション誘致を行っています。

あなたは、自分が住んでいる場所が映画やドラマに出てきたり、ロケ隊が地域で活動することについて、どう思いますか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。



映画やテレビドラマ等のロケーション誘致に関する印象としては、「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」(62.7%)が6割を超えて最も高く、次いで「地域経済に貢献していると思う」(41.2%)が4割を超え、「観光客誘致に貢献していると思う」(37.1%)、「誇りに思う」(32.0%)が3割台で続いている。

—「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」は県西で7割台半ば—

地域別でみると、「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」は、県西(73.8%)で7割台半ばと最も高くなっている。「地域経済に貢献していると思う」は県南(45.9%)で、「観光客誘致に貢献していると思う」は県央(44.1%)で、それぞれ4割台半ばとなっている。また、「誇りに思う」でも、県央(38.5%)は約4割と最も高くなっている。

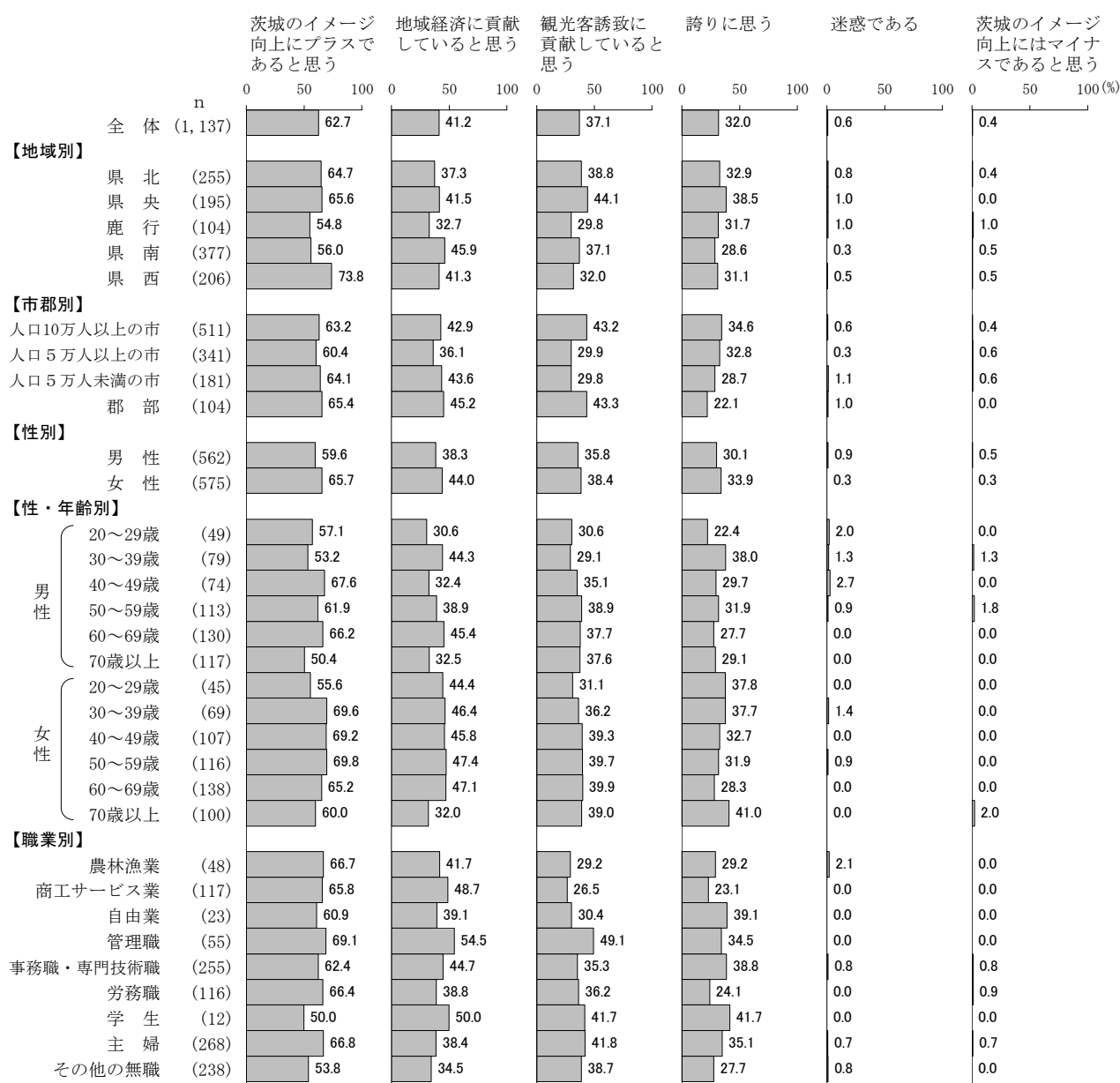
市郡別でみると、「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」はすべての地域で6割台となっており、「地域経済に貢献していると思う」は人口5万人以上の市(36.1%)以外のすべての層で4割台となっている。また、「観光客誘致に貢献していると思う」は、人口10万人以上の市(43.2%)と郡部(43.3%)で4割台半ばと高く、「誇りに思う」は人口が少なくなるほど低くなっている。

性別でみると、「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」は、女性(65.7%)が男性(59.6%)よりも約6ポイント高く、「地域経済に貢献していると思う」でも女性(44.0%)が男性(38.3%)よりも約6ポイント高くなっている。また、「誇りに思う」は、女性(33.9%)が男性(30.1%)よりも約4ポイント、「観光客誘致に貢献していると思う」は、女性(38.4%)が男性(35.8%)よりも約3ポイント高くなっている。

性・年齢別でみると、「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」は、男性では40代（67.6%）50代（61.9%）、60代（66.2%）で6割台となっている。女性では20代（55.6%）以外のすべての年齢で6割台となっている。「地域経済に貢献していると思う」は、男性の30代（44.3%）と60代（45.4%）、女性の70歳以上（32.0%）以外のすべての年齢で4割台となっている。

職業別でみると、「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」は、その他の無職（53.8%）以外のすべての職業で6割台となっている。「地域経済に貢献していると思う」は、管理職（54.5%）で5割台半ばと最も高く、商工サービス業（48.7%）で約5割となっている。また、「観光客誘致に貢献していると思う」でも、管理職（49.1%）は約5割と最も高くなっている。

図X 24-1 映画やテレビドラマ等のロケーション誘致に関する印象
(地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別)



(注) 自由業及び学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。